

### 講演 3

## 不況下の韓国の食品流通の変化と課題

韓国政府農村振興庁

農業研究士 魏 台 錫

#### 講師略歴

1969年韓国生まれ。1999年新潟大学農学部生物生産システム科修士課程修了。2003年京都大学農学部生物資源経済科博士課程修了。同年、農村振興庁 Post-Doc 採用、05年より現職。主要研究領域は、韓国と日本の農業及び食料流通構造の比較研究など。日本の各種学会の韓国側理事・幹事を多数歴任。

こんにちは。このようなたいへん重要なセミナーにお招きいただきまして、どうもありがとうございます。

私が発表依頼を頂きましたのは「韓国の食品流通の変化と課題」というテーマでございます。主に消費の変化、小売りの変化、卸売りの変化、生産の変化、それに対する政策的な対応、産地の対応課題といった問題を中心に報告をさせていただきます。

韓国の生産、食品流通をめぐって、最近一番大きな変化としましては、生産面では補助金をかなり削減していくということを、イ・ミョンバク（季明博）政権が入ってから政策的に掲げている課題です。特に、今まで農家を中心とした規模化を進めてきたのですが、これからは農家による規模化よりも、企業による1つの農業、産業として企業による規模化を図っていかうというのが、生産面での一番大きな変化になるだろうと予想されます。

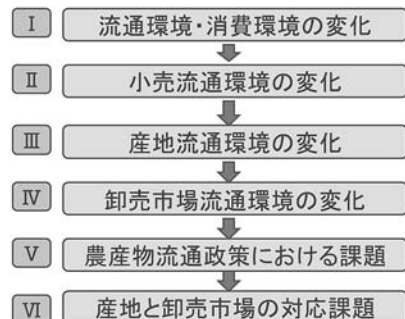
流通の面でも、これまでは今までの流通体制があまりにも非効率だったということで、かなり規制緩和を進め、流通構造の徹底的な構造改革に臨んでいるところです。

農産物の今までの輸出に関しては、主に生鮮農産物を中心とした輸出を強めてきたのですが、これからは生鮮農産物の輸出だけではなく、食

品としての輸出ということをイ・ミョンバク政権では強く打ち出しております。

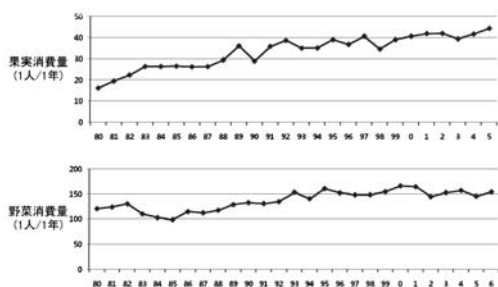
今までの食品の輸出というのは、あくまでも国産の生鮮農産物を原料として、加工した食品を海外に輸出することに、ポイントを置いたのですが、食品そのものに輸出を促進するということは、原材料は海外の安いところから輸入をして、それを韓国風に加工して再度海外に輸出するという、輸出のパターンの大きな変化があります。こういった背景を中心として説明をさせていただきます。

#### 報告内容



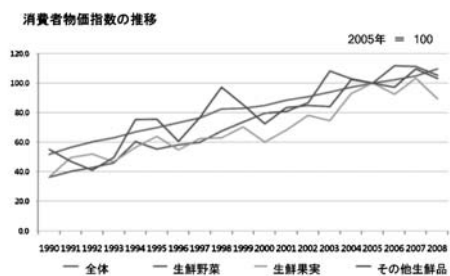
報告の順番は、流通環境の変化あるいは消費環境の変化を中心とした、小売り、産地、卸売市場、政策における課題、産地と卸売市場の対応課題という順で報告をさせていただきます。

## 韓国における青果物の消費量の推移



まず、消費量の変化ですが、果物の消費量は今もどんどん伸びておりまして、特に、ここで伸びにかなり危惧しているところは輸入果実です。輸入ものの果実がかなり増えてきて、それに応じての消費量が増えたということです。野菜の場合は、一番多いときは一人あたり160kgまで食べたものが、今150kg台まで落ち込んでおりまして、ある程度変化がないという状況で落ち着いている感じです。それにしても野菜の消費量で見れば、日本の2倍ぐらいを一人あたり消費していることになります。

## 韓国における消費者物価指数の推移



また、消費者物価指数の推移ですけれども、真ん中が全体の平均的な消費者物価指数で、この3つが生鮮野菜、果実、その他生鮮食品になります。特に2008年度に入って、日本と同じく経済危機に陥ってからは、特に一般の消費者物価指数でも生鮮農産物の物価指数が急に落ちて

いるということで、ある面では国の経営対策として、一緒に物価対策を強めてきたのですが、物価対策によって、やっと物価を下げてきたというのは、一般の物価よりは主に必需品である食料品を中心として物価を下げてきたことが結果として見てとれると思います。

## 対外与件変化に伴う物価への影響

原油価格10%下落時、物価波及効果

	1995年	2000年	2005年
農 林 水 産 品	-0.09	-0.23	-0.35
鉱 産 品	-0.17	-0.41	-0.63
工 業 生 産 品	-0.37	-0.70	-0.76
電力、ガス、水道および建設	-0.17	-0.25	-0.29
サービス	-0.11	-0.19	-0.22
全 産 業 平 均	-0.24	-0.43	-0.49

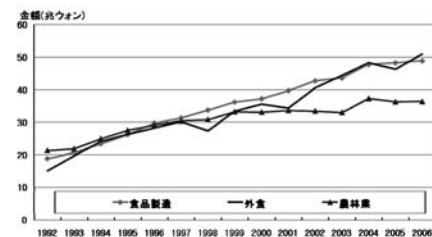
為替10%上昇時、物価波及効果

	1995年	2000年	2005年
農 林 水 産 品	0.87	1.09	1.35
鉱 産 品	0.77	1.01	1.53
工 業 生 産 品	3.15	3.74	3.95
電力、ガス、水道および建設	1.65	2.03	2.39
サービス	0.93	1.15	1.22
全 産 業 平 均	2.11	2.46	2.62

資料：韓国銀行経済統計局投入産出チーム、2008.10.29

対外与件の変化は、国際的な環境の変化が韓国の農業あるいは食料品の流通にどういった変化を与えたかということです。1つの指標として、原油価格と為替レートの変化によって、農林水産品がどのように変わってくるのかといいますと、金融価格、あるいは為替レートの上昇のときに変化を見せているのが、前よりかなり大きな影響を受けています。ほかの一般の商品も同じですけれども、特に農産物を中心としたグローバル化が急に進んでいることが見てとれるかと思います。

## 食料品消費構造の変化



- \* 消費構造の変化により、産地に新たな付加価値領域が形成されている
- \* 食品産業の拡大によって、卸売市場を含めた流通機能に変化が求められている

食料品の消費構造の変化についてですが、主に韓国で見ると、食品製造業と外食産業がずっと伸び続けておりまして、ほぼ農林業の場合は横ばい状態になっています。食品産業と外食と加工の部門は、いまだに伸び続けているということが、最近の消費構造の変化をよく表しているかと思います。食品産業がかなり拡大することによって、今まで食品流通の中心を担ってきた卸売市場の機能も、生鮮食料品の流通を中心とした卸売市場機能から加工用の原料、あるいは食材の原料としての扱いとして、求められる機能もずいぶん変わってきたという気がします。

このように消費構造の変化によって、食品産業が急に伸びてきたこともあり、国のほうでは今まで食品産業振興を各政府機関各自で進んできたのですが、2007年度8月に、食品産業育成業務については、旧農林部が担当することを政府内で決定しました。

2008年度にイ・ミョンバク政権が入ってから、農林部から農林水産食品部というように、新たに部署の名前も新設しました。昔は、海洋部門と保健福祉部で食品産業と関連したものも全部、農林水産食品部が一括して一元化した管理を今までやってきております。

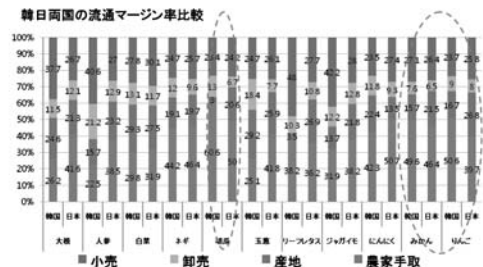
ただ、食品安全業務については、今まで農林部と保健部と衛生問題と駆け引きがありまして、それが完全に決着が付いていない状態なので、

これは食品衛生水準がどれぐらい上がっているかという程度をにらみながら、農林水産食品部でも安全業務をどうするのか決める方針であります。

韓国の農産物の流通経路についてですが、このように、韓国の生産者は今まで個人出荷者がほとんどを占めておりまして、なかなか出荷団体による共同出荷が進まず、今まで個人出荷がメインになっています。これが卸売会社を経由して、セリによって仲卸業者、あるいは売買参加者に販売される。それが小売店に流れて、消費者に行くというのが、今までの主流な流通パターンでした。

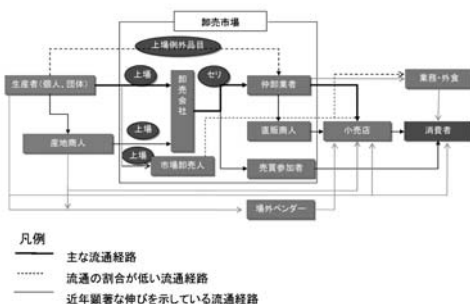
それが最近、2000年ぐらいになって、生産者から直接市場外のベンダー、市場外流通業者を経由して、小売店、業務用外食産業に流れていくのが増えつつあるというのが最近の食品流通の変化の大きな流れの1つだと思います。

## 韓国における農産物流通の概要



◆ 流通マージンの多くは小売部門によって発生するのが特徴

## 韓国における農産物流通経路



これは農産物流通の面で、韓国と日本、両国の流通マージンがどのようになっているかということを代表的な品目で比べてみたものです。結果的に、マージン率だけで見れば、韓国の方が日本よりはマージン率が若干低いということが言えます。ただ、日本と韓国の大きな違いというのは、違うといっても、かなり似たようなものですが、主に流通マージンの多くは小売部門によって発生しています。これは先ほどの甲斐先生の報告でお話がありましたように、最近

韓国でも卸売価格と小売価格の連動性がなくなってしまうという傾向がかなり強まっております。

韓国の消費環境の変化を、大きく3つぐらいに分けられるかと思います。

一つ目は、消費者選好が非常に多様化しているということと、コンピュータ化が進んでいるということです。多様化しているということ自体、今までの食品は、例えば品質がいいというのは糖度が高い果実であるとか、そういった品質というシフトが非常に単純だったものが、今は消費者の選好が多様化することによって、品質を決めるバロメーターが非常に多様化してきているのが大きな違いです。

二つ目は、消費も今まで生鮮食料品の、いわゆる材料を中心に消費したものを、外食、中食というように、外部化が進んでいるということが大きな特徴であります。

次に、農産物の購入先として、最近量販店が非常に成長を続けております。この量販店は、韓国では大型マートとして名付けておりますので、これからの報告では「大型マート」と表現しますので、ご承知ください。

3番目が品質の属性の面ですけれども、現物を中心とした品質属性から、今日も話題になっている安全性の問題が社会的に話題になってから、品質の属性も現物プラスプロセス中心の品質属性に変わりつつあるというのが、最近の一番大きな変化の1つだと思います。

韓国人の食品消費のトレンドというのと、大きく分ければ非常に健康を大事にするということです。それから簡便化。かなり人の手を加えて、食べやすくすることが大きな消費トレンドということです。それを裏付けるものが、生鮮食品は1990年度以降、急速に落ちていきますけれども、外食と食品加工の場合はどんどん伸びていることから、こういう結果が取れるかと思いません。

量販店の利用率が高いということですが、実際に消費者が農産物を主に購入する購入

先を調べたものによりますと、大型マートを中心とした購入量が増えているということです。韓国の大型マートというのは1993年度、E-MARTという会社が初めて店舗1号店を開設して今に至っておりますので、今から見れば15年ぐらいたったところで、消費者の購入先として成長したということは、かなり急激な変化だと思います。

大型マートを中心としてどんどん伸びつつあるということは、今まで消費者の購買パターンを、ただ単なる小売店が食料品あるいは品物を買うショッピング空間から、遊べる空間というようなアメニティ空間として消費者が認めるようになったということが、大型マートが成長した原因という気がします。

また特徴的なものは、車両振り売り（無店舗）が最近伸びているのですが、これは経済不況になって、会社でリストラされたり、事業が潰れてしまったりして、経済能力がない人が非常に手軽に商売に出かけられるということが、車両振り売りの業種になりますので、最近、こういうことが伸びているのが、韓国の景気不況を反映している小売りでの影響かなと判断しています。

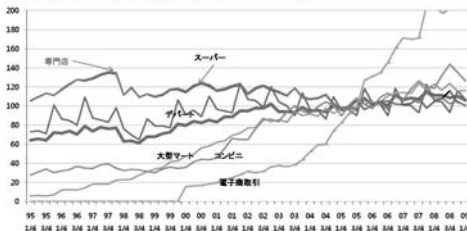
先ほど申し上げましたように、大型量販店、大型マートはかなり急成長をしているということです。1996年は大型量販店が全体の小売りで占める割合というのは、たった2.7%ぐらいだったのです。これが2008年度になって、12.3%まで小売市場でのシェアを非常に高めております。その分、減少したものが何かといいますと、個人が経営している専門店です。いわゆる八百屋さん、果物屋さんが減って、大型量販店が増えているということが、最近の大きな現象だと思います。

これは小売流通環境のなかで、小売業態別に販売額指数を不変化してみたものですが、2005年度を100とした場合に、一番大きな伸びを見せているものは電子商取引です。いわゆるオン



## 小売流通環境の変化

小売業態別の販売額指数(不変指数、2005年=100)



＊近年、電子商取引(インターネットなどによる)の伸びが特に顕著  
 - 専門店とスーパーの販売額指数がほぼ同じなのは、小規模スーパー単独店が主流であるため

ラインショッピングのようなものが非常に伸びております。その次に量販店が伸びを見せているのですが、特に面白いところは、専門店とスーパーマーケットの伸びがほとんど同じように動いています。これは、韓国ではスーパーといっても個人が経営しているスーパーマーケットですので、主に専門店、八百屋さん、果物屋さん扱っている品目が多いのですが、やり方としてはそんなに変わっていないということが大きな要因のような気がします。

小売りで最近、大型マートはこんなに急成長を遂げているのですが、大型マートが品物を仕入れるときに一番重視する項目を調べてみたところ、大型化することによって商品の安定的な供給、あるいは品質の均一性を保つことが、非常に彼らにとって重要なことになっております。それから、数量的に供給力があるのかどうかというのも非常に大事にしていますので、これによって産地の規模化というのは、かなり大事に求められる事項になっております。

これによって、産地と彼らの大事にするとところ、安定的な供給を実現するために、産地と小売りのあいだの垂直的な統合がかなり進みつつあるのが、小売りの規模化による産地に与える大きな変化だと思います。

大型マートが積極的な統合を進めていることの裏付けとして調査結果をみると、大型マートが卸売市場を経由せずに産地から直接買い付け

るものが、1999年度には果実で35%だったものが、2005年度に60%まで、ほぼ2倍近く増加しております。6年間で2倍ぐらいの変化というのは、世界でも類のない例だと思います。大型マートはかなりスケールメリットがありますので、スケールメリットを追求するために、産地から本部で一括に仕入れて価格を下げていく。韓国で低価格志向が主流になっていることは間違いないと思います。

大型マートの成長率が一番ピークだったのは1997、1998年だったのですが、これは韓国に経済危機が訪れて、1996年度に流通市場が開放されましたので、大型マートの市場展開が非常にやりやすかったところがあります。急激な成長率を遂げていますけれども、最近は成長率がどんどん落ちて、2007年度の時点で全国に364店舗ありますけれども、これによって、ほぼ大型マートが入れる市場というのは、供給過剰状態になっていると言えます。

ちなみに、大型マートという定義は、韓国では3,000平米以上の総合小売店を大型マートとして位置付けております。こういう大型マートが供給過剰状態になって、成長率が急に落ちてきたので、大型マートを運営していたところは、ほとんどが大手企業が大型マートを今は導入してきているのですが、大手企業が新たにスーパーマーケット事業の展開をし始めて、ここ2、3年間ぐらい急激にスーパーマーケットがチェーン化、規模化している傾向を見せております。

これまでは、産直ができる小売店は、大型店中心で産直ができたものが、スーパーマーケットが新たにチェーン化、規模化することによって、これから産直の比率というのは、国全体でどんどん上がっていくだろうということが予想されます。

特に、大型マートの競争がかなり供給過剰状態になって、競争も激しくなっているのですが、競争形態としては価格競争と差別化競争の両方を駆使することが、最近の大きな特徴かなと思

います。価格競争とサービス価格競争というのを、両方うまく操作をしている商品群はプライベート商品群だと思います。

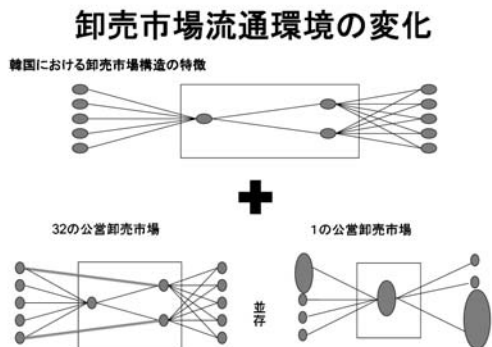
産地の規模化がなかなか進まない段階で、小売りの変化が急激に変化してきておりますので、真ん中で産直商品を調整する役としての卸売市場の環境も大きく変化をしております。

韓国の卸売市場を規定する法律というのは、農産物流通および価格安定に関する法律として、略して「農安法」と呼びますけれども、日本の卸売市場法と違いまして、農安法では産地段階と卸売市場段階までの流通関連の規制をしている法律です。このうち、卸売市場関係で見ますと、卸売市場の大きな特色というのは、取引制度を改善して、今まではセリ入札取引が原則になっているのですが、セリ入札自体は安定的な供給にゆえられないということで、最近は相対取引を弾力的に運営することに、国がかなり規制を緩和しているところです。

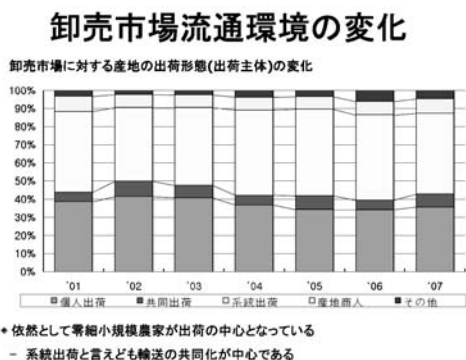
卸売会社と仲売り業者の第3者販売、あるいは直荷引きというのは、今までかなり規制を受けていたのですが、これからこういった規制を少しずつ例外的に外していくことも、国では検討している段階です。

韓国の卸売市場は非常に複雑であります。日本は卸売会社と仲卸業者の仕組みは垣根を置いてありますが、韓国の卸売市場はこのほか品目に限って、卸売りの会社ではなく仲売り業者が直荷引きできる品目を上場例外品目として認めています。上場例外品目を設けた場合には、こういった流通パターンもあります。2001年度に、新たに市場卸売人制度を導入しまして、市場の申請は卸売会社と仲卸業者の垣根を完全に取り払って、1つの主体が収穫分から全部やってしまうというパターンです。

韓国にある32カ所の公営卸売市場のなかで、ソウルに1カ所、2001年度に制度導入で設けられました。卸売市場で今扱っているものは、個人出荷と系統出荷になっているのですが、系統



出荷に分けているものは、個人が出しているものと農協と一緒に出しているものを区別したものであって、実際の系統出荷というのは輸送面での共同化だけです。ですから、系統出荷といっても共同計算をチェーン店とした系統出荷ではなく、輸送だけを共同でやって、計算は個人計算という形にしています。共同計算ができる仕組みといえ、共同出荷のものです、これが若干延びています。依然として個人出荷が韓国の主導をなしているということが大きな特徴だと思います。



国も産地の規模化のために、かなり多額の資金を投入して規模化を進めているのですが、産地の規模化が進むことによって、流通の変化がどう変わっているのかということを分けてみました。これは農協が出しているもので、APCというのは、いわゆる日本の集出荷場のことを

いいです。ここに選果場などを含めたものです。産地流通専門組織というのは、年間30億ウォン以上の取り扱いを持っている産地流通組織を専門組織とって、これよりももう少し大きな組織、100億ウォン以上になる組織を共同マーケティング組織として、組織の規模によって区別して政府のほうで育成をしています。実際に農協や営農組合法人のように、産地流通専門組織と共同マーケティング組織で出荷する経路を見ると、規模の小さい30億程度の産地流通組織は卸売市場の出荷が中心になっていますが、共同マーケティング組織のように規模が大きいところは、卸売市場よりは大型マートと直接取引するとか、業務用に導入するとか、そういったところに比率を高めているということです。これから産地の規模が大きくなることによって、流通経路の変化も大きくなるだろうと予想されます。

## 卸売市場流通環境の変化

産地流通組織の類型別出荷先

単位：千t、%

区分	産地流通専門組織および産地流通センター(APC)				共同マーケティング組織			
	全体		農協		営農組合法人		組織	
	数量	比率	数量	比率	数量	比率	数量	比率
卸売市場	2,776.6	70.3	2,672.8	72.6	103.9	38.8	21.4	17.5
市場外流通	大型マート	556.3	14.1	507.3	13.8	49.0	18.3	34.8
	単納入	39.5	1.0	36.5	1.0	2.9	1.1	0
	業務用需要	48.6	1.2	17.5	0.5	31.0	11.6	9.6
	その他	202.8	5.1	161.7	4.4	41.0	15.3	4.4
	輸出	63.3	1.6	57.7	1.6	5.6	2.1	6.0
電子商取引	電子商取引	2.0	0.1	1.7	0.0	0.3	0.1	0.0
	その他	260.0	6.6	225.7	6.1	34.0	12.7	46.4
	合計	3,948.8	100	3,681.0	100	267.8	100	122.7

資料：T-Pis、産地流通総合評価指標開発、評価および分析(2006.8)をもとに再作成

注1) 産地流通専門組織：国が産地流通の核心主体として育成する組織化された生産者組織(年間取扱高30億ウォン以上)  
注2) 共同マーケティング組織：産地流通専門組織および共同出荷組織を下部組織とし、物流・販売機能を実行する生産者組織(年間取扱高100億ウォン以上)

卸売市場も国産の生産量が減り続けて、輸入量がどんどん増えつつあるということが、野菜、果物両方とも見える現状です。輸入量が増えることによって、平均的な単価も非常に上昇率が鈍化していきます。単価は今まで上がっているのですが、その上がりの率がどんどん鈍くなっているということが大きな特徴です。卸売市場は、1985年度に公営卸売市場を可楽洞卸売市場に初めて設置しまして、2000年以降に11カ所建設して、今は32カ所を国で建設しているところで、公営卸売市場を経由しているものが58%と、

日本とちょっと違って、公営卸売市場の経由率というのは、いまだに上昇傾向にあります。

公営卸売市場のなかで可楽洞卸売市場の占める占有率は非常に高いのですが、可楽洞卸売市場で扱っている青果物だけで約200万トン以上に上ります。これが、全国の公営卸売市場で占める割合が、1997年度はほぼ50%、可楽洞卸売市場1カ所で扱ったものが、2006年には36%ぐらいまで落ちていたということで、卸売市場の選果が緩和されつつあるということが、小売りとは逆に見えている現象だと思います。

韓国ではセリの比率が非常に高いのですが、90%台から85%台までセリの比率が減って、相対取引がその分増えているということが大きな特徴であります。特にセリ取引は日本のように手上げ式のセリではなくて、韓国では電子ボタン式のセリで、電子セリと言いますけれども、この電子セリの普及率は1990年度の0%から2003年度には75%まで急に増えて、非常に透明性と公正性は保ちつつあるということが韓国で見えている特徴だと思います。

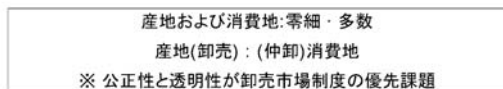
卸売市場環境の変化についてですが、市場外流通がどんどん変化して、卸売市場側から見ると市場外流通が増加するということは、1つは政府側の法律規制が強いから、流通変化に対するうまい対応が取れないということが特徴です。

もう1つは内部的な改革が進まなくて、なかなか効率化に走らなかったという両面があります。国ではとりあえず規制を外して、手足を縛ったものをちょっとほどこしておこうということで、農安法の改正をしまして、2007年度に改正法律を適用していたのですが、さらに国で規制緩和を掲げて、来年度の法律改正に向けて今作業が続いている段階です。

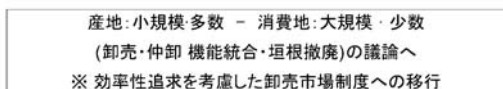
基本的な論点というのは、公正さ・透明さを保つもの、効率性を追求するものと、この3つを公営卸売市場が追求する目的ですが、実際に公正さと透明さというのは、産地と消費地が非常に零細、小規模な場合に、その産地と消費地

## 卸売市場流通環境の変化

卸売市場を取り巻く環境変化と論点



進行中



を保護するという立場から始まったものが、今小売りが大きくなることによって、透明性と公正性を保つよりは公正のほうに重みを置きつつあるということです。あくまでも産地は変わっていないのに消費地が変わって、それに追求していく形で法律を改善していくと、今度は小売りの力がかなり強くなると思いますけれども、それによって、国で流通そのものに関するコントロールが果たして効くかどうかというのが、現場のほうで議論されている論点です。

農安法の改正の内容ですけれども、2007年度に改正されたものです。今まで卸売会社が買い付け、出荷を認められなかったものが認められるようになったとか、市場外で取引を今まで認めなかったものが、電子商取引であれば商物分離が認められるという規制を入れたり、規制緩和をしたりしました。それから、卸売会社の兼業業務をもっと拡大するようにし、手数料収入によっては卸売会社の経営が悪くなる恐れがあるので、事業を多角化して新たな収入も求めなさいということを、国でも卸売会社に求めるという法律の改善はありました。

仲卸業者の規模化、卸売会社の規模化のため、合併したときに対する対応措置なども新たに盛り込んでおります。今まで卸売会社は、産地がどんなものを出そうが、誰がものを出そうが、受託拒否はできなかったのですが、法律で2007年度からは受託拒否ができるような項目をいく

つか設けています。卸売市場本来の目的から見ると、だいぶ後退した制度に変わりつつあるということです。

取引も、セリから韓国は先取りがあまり進まなくて、相対取引に移ってしまったのですが、今度は、相対取引が予約相対取引の方に移っていくだろうというのが、現在として予想されるところです。

## 卸売市場流通環境の変化

卸売市場における取引方法の変化の方向

取引後と現物引渡時点	価格発見時の競争形態	
	特定場所・集団 (Auctions) 時間制限	特定場所・非集団 (Negotiations) 時間非制限(場所も?)
Spot	セリ入札	-
	先取り	相対取引
Forward	-	予約相対取引
	予約取引	

公正性/透明性 ..... 効率性 ..... 公正性/透明性/効率性

農産物流通政策で、国の課題としても、日本と同じ農家の手取り額をどうやって増やしていくか、流通マージンをどうやって減らしていくか、公正取引をどうやって定着させていくかという、全部相反している関係のものを追求していくというような、政策的には非常に難しいことを今掲げております。

適正な生産および価格を実現するためには、価格安定制度を運営するとか、生産力が過剰になった場合には、規格以下の流通を止める流通命令制度を発動することができます。これは主にミカンに適用しています。こういう制度を入れたり、産地流通改革のために産地を規模化したり、機能強化したりする政策を取っております。卸売市場運営の改革も、法律の改正も含めて取引制度を多様化するなり、施設を改善するなり、取り込みをしている段階です。

農産物の産直、いわゆる手取りを増やしてマージン率を減らすことを目的として、大都市の周囲に国で補助をして、常設直売場をどんどん開



設しております。主に農協を中心としてやっているものですが、かなり大都会でも立派な直売場ができつつあります。

中小都市では、Farmer's Market という形で直売場を設けています。このように、大都市と中小都市とのあいだでは、やり方は同じですが、直売場の規模としては差が出てくる場所です。電子商取引とカタログ販売など無店舗販売もかなり国のほうで強力に進めて、産直の活性化のためにいろんな各部門で優遇措置を取ったり、支援措置を取っております。

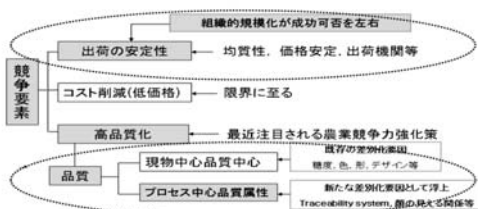
それから、イ・ミョンバク政権が入ってきて一番大きく違うものは、今まで産直と小売りは敵対関係だったのですが、ある面では、産地と小売りは共に生きていこうということで、協力事業をかなり強めております。小売りと産地と産直をする場合には、国でいろんな買い付け金を低利で貸し付けたりと、いろんな優遇措置を取っているのが大きな特徴です。

農産物の標準化を何十年も進めてきたのですが、なかなか進まないものです。さらに、標準化を進めて見本だけで取引するというのを、かなり活性化させようという動きも国の方であります。

## 産地における課題

- ◆ 課題①: プロセス中心の品質属性を重視した対応課題
- ◆ 課題②: 安定出荷、取引交渉力向上のための規模化・組織化課題
- ◆ 課題③: 援護効果と組織力効果を調整問題が産地競争力の成功条件

流通環境の変化と産地の競争力決定要因



産地の課題は先ほど私も申し上げたように、隣の中国とコスト競争したら勝てないということは、韓国の誰もが認識しているところです。コスト削減というのは最低基準でありまして、これをやらないと農業はやっていけないということは認識しておりますし、新たに高品質化、差別化を図っていこうということを、産地の方でも強く打ち出しています。そのなかでも、今まで現物中心の品質管理からプロセスを中心とした品質管理体制に変わりつつあります。それによって、韓国で一番盛んに行われているのがトレーサビリティです。トレーサビリティは韓国で導入されて7、8年目ぐらいになりますので、結構、農家でトレーサビリティに対する認識も高まっております。このほかに地域農産物もかなり国で進めておりまして、地域農産物は認証の条件として、トレーサビリティが取れることが条件になっていますので、地域とトレーサビリティだけをやっている場合と両方合わせると、プロセス中心の品質属性を担保するというのは、かなり強くなっております。

出荷の安定性は小売店が大規模になることによって、また食品産業が大きくなることによって、安定的な供給ができる産地が競争力があるということで、さらに産地で組織化を進めている根拠になっているところです。

## 卸売市場における課題

■ 公正性・透明性確保の問題と効率性追求問題をどのように調整するか

- ◆ 卸売業者と仲卸業者の垣根問題
  - 市場卸売人制度拡散の問題
  - 上場例外品目拡大の問題
  - 第3者販売および直荷引きの問題
- ◆ 取引の柔軟性確保の問題(調整役としての機能発揮の問題)
  - 相対取引の拡大問題
  - 卸売市場別の実情に合った取引の運用
- ◆ 卸売市場の施設整備のあり方
  - 卸売市場別の機能再編方向
  - 卸売市場の将来における機能(商流・物流機能)についての関連者との連携

卸売市場での課題は、公正性と透明性の確保問題と効率性追求問題をどのように調整するか

というのが、韓国に残っている大きな課題であります。このうち、卸売業者と仲卸業者の垣根の問題はどうするのか。それから、取引の柔軟性の確保問題を通して、卸売市場の業者が調整役として成功するかということです。

卸売市場の施設整備をどのようにするか、卸売市場の機能をこれからどのように求めていく

か、物流施設としてもっていくのか、取引施設としてもっていくのかが、卸売市場ごとに今議論されているところです。

少し時間を超過致しましたが、これで終わりとさせていただきます。ご清聴ありがとうございます。

(第Ⅲ部講演：終了)